

ГОРОД-МИФ И ГОРОД-КОЛЛАЖ: ОБРАЗЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Е.В. Головнева

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

В данной работе рассматриваются образы городского пространства — город-миф и город-коллаж как возможные способы восприятия городской среды.

Ключевые слова: городское пространство, миф, коллаж, география города, локальная идентичность, медиа.

CITY-MYTH VS CITY-COLLAGES: IMAGES OF THE CREATION OF THE CITY SPACE

This article explores the images of the city space, city-myth and city-collage, as a possible method of perception of city area.

Keywords: city space, myth, collage, urban studies, local identity, media.

Последние годы ознаменовались существенными изменениями в проблематике гуманитарных исследований. В культурологии растет интерес к локальным пространствам, культурам и локальным сознаниям. В области антропологии фокус смещается от деревни к городу, прежняя ориентация на архайку сменилась исследованиями поздних состояний культуры. В качестве самостоятельной сферы исследования выделяется география городов или геоурбанистика, связанная с изучением городского пространства, в котором рассматриваются архитектурный, социальный, антропологический, экономический, визуальный, текстуальный аспекты.

Анализируются все новые кинематографические и фотографические версии городского пространства, виртуально-игровые мегаполисы, кибер-города. Для исследователей город становится крайне интересным явлением и «как сложный социальный

организм, и как поле политических битв и манифестаций, и как средоточие культурных и цивилизационных достижений, и как пространство особого языка и особой речи» [1; 42].

Одним из актуальных вопросов геоурбанистики является сегодня вопрос о принципах построения и организации городского пространства, создания образа (или образов) города как совокупности характерных знаков и символов. Образ города можно определить и как специфическую форму восприятия городской среды общественным сознанием.

Методологически осмысление этого вопроса напрямую связано с проблемой функционирования пространственного мышления, одним из наиболее перспективных направлений современных геокультурологических исследований. Как указывает известный исследователь в области гуманитарной географии Д. Замятин: «Формирование географических образов — это элементы последовательного пространственного осмысления окружающего мира, в ходе которого развиваются экономичные для их создателей и пользователей структуры пространственного восприятия» [1; 96]. Пространственное мышление воплощается в создании определенных географических образов как «устойчивых пространственных представлений, которые формируются в различных сферах культуры в результате какой-либо человеческой деятельности (как на бытовом, так и на профессиональном уровне)» [1; 92]. Моделирование географических образов в содержательном плане не совпадает с теорией и практикой моделирования, принятых в естественных науках. Оно представляет собой т.н. «мягкий тип» моделирования, ориентированный на образные представления об изучаемых объектах [1; 18].

В настоящей работе делается попытка проанализировать способы организации городского пространства как особой социокультурной реальности. В качестве принципов организации и структурирования городского пространства рассматриваются миф и коллаж, создающие соответственно два своеобразных образа городского пространства — город-миф и город-коллаж.

Мифологический принцип уже давно выступает в исследованиях в качестве урбанистической парадигмы, задавая

восприятие города как особого мифологического текста (В.Н. Топоров). Исследователи при этом исходят из убеждения, что в сознании представителей городской общности существует некое общее знание, общий набор стереотипов сознания, мифологем, который актуализируется и воспроизводится в различного рода коммуникациях (характерны, к примеру, высказывания: Петербург — это «Северный Амстердам», Краснодар — «маленький Париж» и т.п.). Типичными слагаемыми локальных городских мифологий являются, например, мифы о происхождении/основании города, его знаковых личностях (культурных героях), мифы о славном историческом прошлом города, его сакральных местах и т.п. Мифологемы такого рода становятся неотъемлемой частью формирования городской идентичности как условие повышения статуса города.

Изучение локальных мифологий подразумевает при этом не просто рассмотрение различных мифов, которые бытуют в конкретном городском, сельском и др. пространствах, но и изучение когнитивной стороны мифотворчества. Миф в таком ключе следует рассматривать как своеобразную логику организации и структурирования пространства.

При создании образа города по мифологическому типу мифологическая логика может выражаться в следующих чертах. Во-первых, она проявляется в центрической организации занимаемой территории, как особого, освоенного культурного пространства (города), его структурировании при помощи объектов и топонимов. На эту функцию мифа указывал, в частности М. Элиаде, применительно к характеристике древней городской культуры Вавилона: «...всякая территория, занятая с целью проживания на ней или использования в качестве «жизненного пространства», предварительно превращается из «хаоса» в «космос», посредством ритуала ей придается некая «форма», благодаря которой она становится реальной» [4; 38]. В соответствии с мифологическими представлениями, считается, что у каждого объекта должно быть определенное место, название и функция внутри системы пространства. Восприятие топонимов при этом также нередко строится по мифологическому типу: топонимы воспринимаются и как имасимвол конкретной территории (села, города, района и т.п.),

и как средство ее преобразования (что выражается, например, в акте переименования как способа изменения качества переименоваемого пространства, создания «параллельных пространств» через неофициальные названия и т.п.).

Во-вторых, мифологическая составляющая явно прослеживается в осознании границы занимаемой территории, не просто как разграничения «своего» и «чужого» (через бинарную оппозицию), а как разделения разнокачественных топов (в этом смысле, представления о том, что «чужая» территория является непонятной, странной, опасной в силу того, что там действуют иные законы и правила, носят универсальный характер). Так, в сознании жителей некоторых городов их «малой родиной» является только свой город (Арзамас и Арзамасский край — в противовес Нижнему Новгороду, Муром и Муромский край — в противовес Владимиру). На уровне речевых высказываний это может выражаться в наделении прозвищами жителей других городов (ярославцы-чистоплюи, Спаса на воротах продали, ростовчане — вислоухие, огуречники, псковичи — капустники и т.п.).

В-третьих, в соответствии с правилами мифологической логики, происходит наделение образа своего города, как и объектов его заполняющих, антропоморфными характеристиками (наш город самый зеленый / чистый / молодой / старинный и т.п.). В-четвертых, мифологическая логика обнаруживает себя тогда, когда образ освоенной территории строится на основе одной-единственной, но при этом гипертрофированной характеристики. К примеру, весьма типична ситуация, когда на основе одного явления, являющегося своеобразным символом данной территории, возникает целостное представление обо всей территории (уральские пельмени, тульские самовары и пряники, арзамасские гуси, муромские калачи, вологодские кружева и т.п.). В-пятых, для мифологического сознания важным является чувство эмоционального сопричастия: человек воспринимает события истории того города, где он проживает, как события своей личной истории.

В целом, следует заметить, что результатом восприятия города по мифологическому типу является появление в сознании человека целостного наглядно-чувственного образа

своего городского пространства, который эмоционально переживается, но не рефлексруется. Все сообщения городского пространства при этом соразмерны человеческому / органическому миру и могут быть непосредственно восприняты органами чувств; даже очень высокие средневековые соборы и инженерные башни рубежа XIX—XX веков оставляли человеку ощущение устойчивой физической измеримой реальности. Крыши или смотровые площадки небольших городов, открывавшие человеку образ города с высоты птичьего полета, оставляли его в мире естественной природы.

В эпоху постмодернизма, порожденной становлением информационного общества, перерождением традиционных государственных образований в демократии нового типа, формированием массовой культуры и ростом масштабов манипуляции людьми, развитием общества потребления город приобретает новые черты. Он становится структурно-коммуникационной «свалкой» (Ж. Бодрийяр), глобальным городом (С. Сассен), «постметрополисом» (Э. Соха). Индустриальная эпоха превратила город-миф в город-коллаж, медианоситель, где утрачиваются характеристики естественности, очевидности; постиндустриальное городское пространство предстает как постоянно трансформирующаяся, переопределяемая реальность. Она ветвится, варьируется, меняется с каждым актом деятельности, и адаптация человека к ней происходит именно в этих условиях.

По всей видимости, уместно сравнить такое пространство с ризоматической структурой, описанной Делезом и Гваттари. Образ ризомы сам по себе воспроизводит пространство, которое не стремится центрироваться или автоматически иерархизироваться. Ризома выступает как система без памяти [2]. Исследователь И. Митин предлагает для обозначения многослойности пространства термин «палимпсест», обозначающий «систему из множественных реальностей, в которой каждая из них может в определенных условиях становится главной; целостную совокупность пластов, иерархия которых вариативна». Соответственно, городское пространство как палимпсест предстает как «сумма разнородных (кон)текстов, каждый из которых ориентируется на свою доминанту» [3; 66].

Еще одна особенность постмодернистского пространства — это его максимальная подвижность, текучесть, постоянный дрейф границ. Географические образы Постмодерна могут «тасоваться» как колода карт; ход «тасования» определяет контуры его мира. Современный крупный город может включать в себя в качестве самостоятельных городских форм образ города-сада, города-завода, города-музея, города-гипермаркета и пр. Каждый образ отражает определенный вид реальности, а само городское пространство предстает синкретичным, многослойным. Можно отчетливо выделить, например, наличие виртуальной реальности в пространстве города (сейчас практически каждый крупный город имеет свой сайт в интернете, свой виртуальный образ).

Включение в городское пространство постмодернистской архитектуры административных зданий, огромных рекламных конструкций на крышах элитных жилых комплексов, офисных зданий оказывается разрушительным для мифологии города. В структуре мегаполиса исчезают транзитные «не-места», которые теперь характеризуются высокой культурной и социальной освоенностью — вокзал как развлекательный центр, подземный переход как торговый павильон, гипермаркет как конференц-площадка, метро как читальный зал и т.п. Принципиально изменяется и способ освоения городского пространства: от пеших и велосипедных проулков до автомобильных гонок, от поездок под городом в метро, до полетов над городом — на вертолетах. Мы можем в любой момент оказаться в пространстве каждой из существующих реальностей. Можно провалиться в одну из них — но можно и сознательно выбрать ту или иную реальность, и этот выбор определит наше бытие.

Не последнюю роль в изменчивости реальности, в которой мы обнаруживаем себя, играет постоянное ощущение возможности ее конструирования извне. Реальность становится искусственной, созданной с целями, лежащими вне нашей собственной системы смыслов. И здесь важную роль в процессе конструирования реальностей в пространстве современного индустриального города играют медиа средства.

Постиндустриальный город функционирует как медиатекст, в котором образы сформированы не столько культурным

(мифологическим) бессознательным, сколько коллективной медийной картиной мира. Каждое медиасообщение в пространстве города становится не просто «цитатой», но гиперссылкой на определенный пространственно-медийный конструкт — эпоху, историческую личность, географический объект, художественный образ. Так, например, вывески-репродукции в окнах городского кафе могут отсылать к известным художественным полотнам и культурной эпохе их создания. Интерьер кафе, воспроизводящий, например, сельский трактир или восточную трапезную, может иметь самые разные точки входа в медийный интертекст (фотографии и автографы знаменитостей, именные таблички на столах, фотоэстампы на стенах и т.п.). Данные образы могут быть абсолютно ничем не связаны с конкретными местами, кроме виртуальных законов медиареальности. Для таких медиассылок не требуется метонимических связей, здесь прекрасно работает принцип коллажного мироустройства «постсовременной» жизни, который реализован во всех городских маркетинговых стратегиях — от рекламных акций до этнографических и исторических названий и интерьеров ресторанов.

Коллаж в этом смысле не только становится знаковой формой экспрессии постмодернистского искусства, он выступает в качестве универсального принципа организации городского пространства. Этот принцип проявляется практически во всех феноменах культуры города: коллажность «свободного языкового стиля», допускающего сочетание литературности и арго, стилиевой эклектизм архитектурных практик, принцип комбинаторности в моде, сосуществование различных субкультур и культурных общностей (языковых, религиозных, территориальных, общностей по интересам), наличие «столичного» и периферийного в одной городской среде. Немаловажную роль в организации и восприятии городского пространства играет и сосуществование в нем различных видов исторического наследия (дореволюционного, советского) с соответствующей системой знаков и символов.

Мифологический принцип организации пространства в этих условиях остается, но действует уже не в рамках целого городского пространства, а на уровне локальных мест. В

городе появляются места, насыщенные для горожан мифологическими сюжетами, утопическими и эсхатологическими мотивами, но которые существуют на фоне уже, в целом, демифологизированного пространства.

Интересна, к примеру, в этом смысле концепция строения и восприятия современных элитных жилых комплексов, где продуцируется своя локальная мифология (громкие названия типа «Европейский», «Премиум», «Эльдорадо», единое внутриквартальное пространство, система допуска «свой-чужой», уникальный вид на исторический центр города и т.п.). Очевидно, что в рамках современного мегаполиса локальные мифы продолжают существовать и актуализируются в тех случаях, когда возникает необходимость в локальной самоидентификации. Локальность здесь может выступать, помимо всего прочего, в качестве стиля самовыражения личности.

Если для города-мифа характерно стремление подчеркнуть свою выделенность, особость, исключительность, то город-коллаж ориентирован на выражение глобального, он и функционирует как гипертекст, как неотъемлемая часть глобального медиапространства.

Сейчас можно констатировать, что в локальном знании (мироощущении) городского пространства снят лишь самый верхний слой, касающийся именно текста города (термины, мотивы, сюжеты). Более глубокое проникновение связано с попытками описать такие тонкие явления, как чувства, эмоции, переживания представителей городского сообщества. И в этом смысле научному знанию может помочь искусство, которое отражает ощущение и эмоциональное переживание варьирующей реальности.

Одной из главных возможностей искусства является способность уловить идею, даже еще не «носящуюся в воздухе», а формирующуюся в общественном умонастроении, отчетливо ее артикулировать, заострить, сделать явным ее антропологический смысл. Тем более, что современное искусство выносятся из залов музеев и галерей в городское пространство, становясь активным средством его формирования и оформления (использование архитектурных сооружений как проекций для видеоизображений, граффити на стенах,

театральные перформансы на улицах городов и метро, художественные выставки под открытым небом и т.п.). В этом отношении взаимодействие между антропологическими исследованиями города и художественными практиками в рамках городского пространства в будущем может дать нетривиальные результаты.

Литература

1. Замятин Д.Н. Культура и пространство: Моделирование географических образов / Д.Н. Замятин. М.: Знак, 2006.
2. Делез Ж. Что такое философия? / Ж. Делез, Ф. Гваттари. М., СПб, 1998.
3. Митин И. Мифогеография как подход к изучению множественных реальностей места // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Выпуск 3. М.: Институт наследия, 2006.
4. Элиаде М. Космос и история. Избранные работы / М. Элиаде. М., 1987.